

Nuove frontiere Così i big data cambiano l'immobiliare

L'analisi della massa di
informazioni e numeri
dell'immobiliare sarà il tema

di svolta dei prossimi anni per
professionisti e operatori

Lovera — a pag. 13

Servizi innovativi. L'analisi di informazioni e numeri permette di elaborare stime sul valore degli edifici e strategie di business

Rivoluzione big data per l'immobiliare

Adriano Lovera

Il servizio vincente per il real estate? Oggi è l'analisi dei big data, principale catalizzatore di investimenti e traino per la creazione di nuove posizioni lavorative. Dall'americana HouseCanary all'inglese Hometrack, all'estero ci sono realtà che valgono già milioni. Analizzano una mole enorme e complessa di dati e la mettono a disposizione di vari soggetti tra cui banche, fondi, sviluppatori e gestori di patrimonio.

«Gli scopi sono molteplici. Il più immediato è anticipare le dinamiche di mercato e fotografare con la massima precisione il giusto valore di ogni immobile o progetto. Ma l'elaborazione delle variabili, e più in generale l'adozione della tecnologia, intervengono ormai a molti livelli. Dalla gestione in remoto della manutenzione fino all'adozione di criteri innovativi per il calcolo delle locazioni nei centri commerciali», suggerisce Maurizio Nitrati, partner Head of real estate di Kpmg Italy.

Il mercato è in fermento anche in Italia. Crif Res, ad esempio, fornisce alle banche, tra cui Unicredit, un sistema di valutazione degli immobili basato sull'Avm (Automated valuation model) che permette di confermare o correggere, in maniera attendibile e veloce, il valore iniziale di un portafoglio di perizie immobiliari. Prelios ha da poco lanciato Premium, una sofisticata piattaforma di analisi del rischio che promette di identificare le possibili perdite future sui mutui ga-

rantiti da immobili. Se tradizionalmente per stimare il valore futuro di un immobile ci si concentrava su due grandi categorie di dati, le serie storiche dei prezzi e delle compravendite, con i big data si passa all'incrocio di addirittura 300 variabili che riguardano il contesto economico, sociale e demografico in cui il fabbricato è inserito: situazione del decoro urbano, apertura o chiusura delle attività commerciali, maggior presenza di famiglie o single, appeal dei tagli piccoli rispetto ai grandi e così via. «Grazie alla profondità dei modelli previsionali, il sistema restituisce, immobile per immobile, il più probabile valore futuro, anche ai fini della compliance con gli Ifrs 9 di recente introduzione», commenta Luke Brucato, head of business development di Prelios Valuations.

Il settore fa gola a molti, a partire dai grandi portali di annunci che per loro natura contengono una miniera di dati preziosi, rielaborati sia a uso interno sia come servizio da vendere a soggetti esterni. Il gruppo Immobiliare.it sta investendo nello sviluppo della sua area tecnologica (Immobiliare Labs) che nel corso del 2019 prevede l'inserimento di 40 nuovi profili, soprattutto a livello di sviluppatori. La tecnologia sta cambiando anche il modo di fare compravendita residenziale. Nel mondo anglosassone, che di solito anticipa le tendenze, si sono imposti siti di compravendite tra privati detti privi di intermediazione, o comunque servizi in cui l'agente rinuncia alla tradizionale commissione in percentuale sul

prezzo di vendita, sostituita da una fee fissa, più economica per l'utente finale. Il sito inglese Purplebricks dichiara una media per transazione di circa 1.250 euro. Proprio gli agenti, più di altri, sono chiamati a muoversi per cercare di sfruttare a proprio vantaggio la tecnologia. L'associazione di categoria Fiaip, da gennaio renderà attiva la piattaforma informatica UnaFiaip (facoltativa per gli iscritti, ma obbligatoria per chi aderisce al portale della federazione Cercacasa.it) basata sull'elaborazione dei big data. «Ciascuno di noi raccoglie e custodisce migliaia di dati. In primis le caratteristiche degli immobili, ma conosciamo la situazione dei quartieri e delle singole vie, sappiamo quali condomini hanno problemi di insolvenze o necessitano di lavori straordinari, registriamo le preferenze dei potenziali acquirenti e annotiamo le zone in cui è imprescindibile il posto auto. Questa mole di informazioni, messa in comune tra gli aderenti e rielaborata, permetterà la definizione puntuale del giusto prezzo, che ormai non può limitarsi alla quotazione media al mq, ma consentirà di offrire un servizio di qualità elevata», spiega



il presidente Fiaip, Gian Battista Baccarini. Solo dopo la raccolta di tutti i documenti necessari alla vendita il software premetterà di procedere con la pubblicazione dell'annuncio. «Questo comporterà l'introduzione di un nuovo modo di lavorare, inizialmente più faticoso ma più preciso, che bisognerà far digerire sia agli agenti sia ai venditori – ammette Baccarini –. Ma è l'unica strada che abbiamo per tenere uno standard elevato e far comprendere al mercato la necessità degli agenti per il corretto svolgimento di una compravendita».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Opportunità di sviluppo. I big data catalizzano gli investimenti dei portali internet e le strategie degli agenti immobiliari